新技术对媒体业态的影响及媒体数字化转型研究

强艳丽
（亳州广播电视台，安徽 亳州 236800）

摘 要：信息技术的到来改变了人们获取资讯的方式，同时也对媒体行业造成了深远的影响。媒体在过去是民众了解时事，获取资讯的主要渠道，但伴随网络技术的发展，信息领域变得复杂化，信息的创造、共享和传播渠道增加，媒体不再是民众接收消息的主要来源。这种情况下，媒体就需适当引入新技术，改变自身业态，实现数字化发展。故本文探讨新技术的出现对媒体业态造成了哪些影响，媒体又该如何进行转型，为媒体在信息环境下的发展提供准确的方向。

关键词：新技术；媒体业态；数字化转型；传播渠道；运营模式　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）02-103-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.02.031
本文著录格式：强艳丽 . 新技术对媒体业态的影响及媒体数字化转型研究 [J]. 中国传媒科技，2022（02）：103-105.

新技术的到来对信息领域造成了深远的改变，这种改变也对媒体业态造成了极大的冲击，媒体不再是唯一的信息传播和共享媒介，民众拥有了更多的信息搜集渠道。在这样的业态下，媒体应该如何适应环境，并做出适当的改变，从而更好地迎合行业发展需要及民众资讯需求，就成为从业者要严肃看待和思考的话题。

1. 新技术对媒体业态的影响

1.1 信息传播渠道多元化

新技术的到来让信息传播的方式变得简单快捷，在新媒体环境下，信息平台为用户提供了丰富的信息素材和创作工具，比如各类剪辑软件和绘图软件等，这些数字工具使得视频或者文字稿件的制作难度大幅度下降，网络用户仅需要通过短时间的学习就能掌握这类制作软件的操作方式，并开始自行制作类似于专业媒体的资讯内容，然后通过网络渠道传播自己的资讯作品。[1]

正是因为创作门槛的降低，自媒体的数量也大幅度增加，普通的资讯用户在新技术支持下同样能成为信息的创作者和发布者，因此媒体的传播空间也被进一步压缩，媒体行业之间的竞争烈度也在逐步上升。

1.2 拟态环境构建偏差扩大

信息传播渠道的多元也造成了拟态偏差的扩大，拟态偏差环境是指资讯传播过程中媒体人员会对手中的资讯素材进行编辑加工、丰润，而经过加工后的资讯便不能认定与原素材存在 100% 的相同性，观众所接收的信息环境实际是一种和真实环境有所偏离的拟态偏差环境，即观众所了解的信息环境并非真正的事件环境，是经过大众传播后形成的与原事件环境高度相似的镜像信息环境。在资讯传播过程中，拟态环境的偏差一直是媒体人员致力于减少的因素，只有偏差减少，才能对原事件内容进行客观展现。[2]

共享技术的升级使得信息更易被交换和传播，这使得当今社会在新技术支持下，媒体能够获得比以往更加丰富的资讯素材量。资讯素材的增加为媒体带来了正反两面的影响，正面影响在于媒体拥有了充足的资讯内容，不会再发生无事可报的尴尬情况，而反面影响则在于新技术的加入导致了信息传播媒介的分化，民众能获得信息资讯的渠道增多，而不同的信息发布者在制作资讯内容时，所融入的主观意愿和资讯立场也有所差别，所构建的镜像信息环境差别也就越多样繁杂。信息的来源复杂，难以追寻到一手信息的源头，即无法确定所得素材的真伪性。这种业态形式就会造成民众发生理解偏差的概率，导致媒体权威性的失效。

1.3 媒体信息传播过程碎片化

碎片化的产生是由新技术的运用和社会运作模式改变双重因素所致。新技术虽然为民众提供了发布资讯信息的端口，但受限于资源、人力、时间等多方面限制，自媒体无法做到像专业媒体一般进行综合化、整体性的播报。所以在针对信息素材进行加工时，往往会把信息拆解成几个部分，分段发布，以减少每次资讯的资源投入。[3] 同时，当前社会运作模式的变化导致了民众的生活节奏加快，娱乐休闲时间减少，在快节奏的生活形态下民众能挤出用于收听或观看资讯的时间有限，这种情况下民众会更趋于选择短小、精简的资讯信息，因此碎片化的传播模式也更符合当代民众的资讯需求。两大要素的共同作用，使得信息传播由传统的完整性展现事件经过变成了拼图式的碎片结构，这种做法虽然满足了快节奏状态下的民众资讯获取，但因为无法得知完整信息的情况，大众很容易对资讯事件产生误解，这种传播方式就使得信息的真实度被稀释。

1.4 资讯时效性与信息量变化

新技术的到来让信息传播速度加快，受众群体可以更快速获取到自己想要的信息内容，这在一方面满足大众的知情权、表达权、监督权和参与权的同时，也使得新闻素材的热度和新鲜度更易消失或者被取代。[4] 新闻

传播注重时效性，时效性一过，民众对新闻内容的新鲜感便大降，再进行传播就难以满足受众的需求。时效性让新闻拥有了存在的价值，但在新媒体环境下的事件信息传播效率提高，信息共享速度增加，素材的关注度流逝速度也在增快，若不能以高效率的方式进行新闻传播，而素材的舆论引导价值便会迅速消失殆尽。

综合而言，新技术的发展，让人们享受到了更具便捷性的资讯阅读服务，但这也让传统媒体陷入了发展困境。资讯媒体要想在如此严峻的竞争形势下占据一席之地，就必须对新技术的发展背景下报纸资讯的现状进行认真分析。在此基础上，媒体要有明确的方向性，更好地顺应全新的媒体竞争形势，助力媒体的数字化转型成功。

2. 媒体的数字转型路径

2.1 媒体场景力增强

由于信息发布端口增多，民众在选择信息获取端口时的考量也开始增加，基于这种行业生态，媒体必须彰显自身的资讯特色，凸显出自己和一般媒体的不同之处，如此才能吸引受众选择自己作为主要的资讯获取端口。[5]场景力的增强便是基于这种思维下诞生的转型思路，场景力指信息资讯带给观众的在场感，场景力越高，观众的在场感越强，越能够与事件当事人感同身受，越能对事件的来龙去脉有清晰的脉络梳理。场景力的构建对资源和技术有较高的要求，这也是专业媒体相比自媒体所具备的优势，媒体可以通过建模技术、VR 技术等新型数字技术的运用，构建起具有沉浸感的 3D 场景，并通过设置互动选项，让观众根据自己的选择来推进事件进度，观众在根据选择一点点了解事件全貌时，自己也拥有了参与感，这样观众的沉浸体验就会更加突出，观众也会更愿意选择提供高场景力信息资讯的媒体作为固定的资讯接收端口。

2.2 信息权威性的巩固

媒体主要是对社会中发生的具有社会意义、反映社会现实的事件进行报道，因此，资讯策划既需要反映现实情况，又要突出背后的意义与价值，予人以警醒、感悟的作用，让自身作为舆论引导者的权威性身份得到体现。随着新媒体的发展，现代资讯素材不仅种类繁多，还无处不在，在流媒体环境中，即使是一件很小的资讯素材，都有可能在网络和流量的推动下成为人们的关注焦点。[6]

不管资讯媒体内容形式、资讯平台怎样改变，最关键的是资讯的内容应与用户需求契合，是百姓非常关注的、愿意花费时间来看的内容，实现用户“卷入度”的提升。这里的“卷入度”可体现在两大层面：第一，信息应与用户生活密切相关。第二，依靠社交完成传播。使用户能够积极加入对资讯话题的评论，并进行内容转发与分享，这样才更有利于实现传播范围的拓展，用户“卷入度”的增强使地方新媒体产品有更多的机会实现“破圈”突围。根据近几年的热点事件来看，在当今时代下，民众最关心的往往是与自己贴合的内容，与大众生活范围关联越深，和大众生活环境交集越密切的资讯，越容易受到民众的重视。媒体编辑要时刻保持对时代进步、民生民事的敏感性，对接触的每一件资讯素材进行深入分析与整合，深入研究，突出其中的社会关系与现实逻辑。

受到传统资讯的影响，现在的媒体单位只是对事件素材进行筛选、加工、润色，并没有突出资讯策划的重要性。所以，媒体单位不应该“蜷曲”在幕后，而是要主动加强信息素材收集动力，发挥自身的人力优势，深入到一线，参与到整个社会事件的挖掘过程之中，更好地把握事件真相、突出事件本质、把握受众心理，向民众展现出真实的事件面貌，既减少镜像信息环境产生的偏差问题，又增强民众对媒体自身的信赖感，用真实性和客观性体现自身有别于一般媒体的权威性。

2.3 交流圈运营模式构建

在信息技术的支持下，媒体可以深度开发新闻宣传资源。不过在宣传报道的过程之中，虽然新媒体环境为媒体提供了更多的信息素材，但是同质化的现象依旧非常严重。这是因为新媒体环境以互联网技术为支持，网络传播改变了大众以往的生活方式和信息获取习惯，建立起了全新的媒体生态，打破了行业之间的壁垒，用户、企业以及媒体的边界越来越模糊。[7]快速多变的网络传播环境，营造了商业社交化、用户圈层化的时代特点，而在此环境下，具有特色、特质、特点的新闻宣传并不多。新闻传播的内容需丰富表达方式、广泛运用多种形式，让一批创意新颖、制作精良的作品有效传播、直抵人心。在网络传播的影响下，各种新媒体迅速成长起来，导致各媒体间的生存空间持续收缩，越来越多的传统媒体都加快与新媒体的对接，纵横相连，形成资源共享、栏目共建的新局势，这不仅能够实现对成本的控制，还能够大大提升内容的精品化程度，形成跨领域、跨媒体、跨地域的全方位、立体化传媒新模式。为此，媒体要善用网络技术的优势，打造一个社区化的信息传播圈。如利用网络平台和 App 的社交功能，以资讯推动和共享将媒体的受众群体绑定到一起，让平台或者 App 用户通过相互分享、转发、评论感兴趣的信息的形式来完成信息交互。用户可以不再依托于社会关系来建立信息交互渠道，可以根据兴趣爱好，选择共同的信息素材，展开自由交流。媒体的信息交流圈区别于传统社交 App 的熟人社交模式，主要关注发展陌生人社交，通过各类题材的资讯推动兴趣点吸引原本互不相识的人，就资讯推动分享、评论的形式建立社交关系。信息交流圈变传统的人脉社交模式为兴趣社交模式，用户基于相同的兴趣爱好，自发的组织社交活动，依托于 App 提供的社交功能，相互围绕共同的兴趣点进行文字、语音、视频、图片等多种内容形

式的交流。此外，信息交流圈要支持用户自助生成信息内容，用户可以在个人主页上创作并分享信息，吸引有共同兴趣的其他读者建立社交关系，组成自己的兴趣社交圈子，每一个用户既是信息的阅读者也是信息的创作者，这样就能巩固媒体的受众群体，为媒体长远发展打牢基础。

2.4 资讯服务的创新构建

新时期，自媒体数量增加，资讯市场的竞争力度陡增，同时在内容产出上也开始表现出强烈的趋同性。同质化的内容使得大众容易产生审美疲劳，也会造成媒体的市场基本盘萎缩。所以需要创新资讯服务模式，打造差异化的资讯服务机制。

为了创新构建资讯服务，媒体需要从两个方面入手，第一是将公众的信赖基础纳入资讯服务内，根据民众的需求偏好做针对性的调整，让资讯服务有差异、有特色、不盲目、有针对性。第二是要挖掘利用媒体手中的资源，增强媒体的技术力，打造其他从业者无法比拟的行业优势。

例如，自媒体属于完全依靠新技术提供资讯服务的非专业媒体，从业者本身缺少创造资讯产品的内容，其资讯内容都是从其他渠道获取并进行二次传播，或者对原资讯产品进行加工后制作为新资讯产品传播。而专业媒体得益于人力、物力优势，可以直接亲赴热点事件现场，从事件现场获取素材，并创造出独属于自己的资讯产品。这种独家优势可以帮助媒体在竞争激烈的媒体环境中更好地吸引受众的目光。所以媒体应当充分发挥这种优势，将之和新技术结合，如借助新技术推出 Vlog 的现场采访，让观众不再从旁观者视角观看记者阐述事情经过，而是从记者自己的第一人称视角窥探整个事件的发展，这种做法能增强观众的亲历感和代入感，让观众出于获取差异化资讯体验的需要而积极选择特定的媒体获取资讯信息。

2.5 推动新旧媒体的融合

在新时期，资讯的传播渠道和形式都将呈现出多元化的发展趋势，对传统媒体的制作流程进行更新，进而坚持新旧交替，全面融合。推动事实融合。所谓资讯事实是事件交互性和多元性发展的过程，在媒介融合发展下直接降低了资讯发布门槛，任何用户都能成为资讯媒体的主导者，并能够借助现代信息技术和网络技术呈现出碎片化动态事件。此背景下，和在新技术支持下涌现的新媒体相比，专业媒体对新技术并不具备充分依赖性，除线上资讯外，媒体也可以打造线下资讯，将线上线下双结合，在提供数字资讯之余继续推广纸质资讯，这可以帮助专业媒体在扩充青年观众时，照顾部分不喜欢上网，不愿意从网络获取资讯的老年观众，创建出比新媒体更大的市场基本盘。综合而言，媒体要以满足不同受众需要为出发点，不能一味推行数字化而抛弃传统的资讯媒介，而是要将不同媒体全面融合，让资讯服务的覆盖面积能扩展到每一个年龄阶层和社会阶级，为各类资讯对象提供符合其阅读喜好、阅读需求、阅读习惯的资讯内容，打造出差异化的资讯服务，让媒体可以得到更多关注度，拥有更庞大的市场受众群体。

结语

新技术改变了媒体业态，媒体也需要配合这种改变进行积极的转型，利用场景力的增强吸引新的受众群体，利用权威性的巩固引导社会舆论，利用交流圈的建设来稳定受众，同时保证受众能完整接受媒体发布的资讯信息，如此才能为媒体在新业态下的发展保驾护航。媒

参考文献

[1] 吕晓燕，姜波 . 新媒体技术对广播传播影响的探究 [J]. 传播力研究，2020（4）：198-200.
[2] 常烁 .AI 和大数据对新媒体传播的影响及应用分析 [J]. 资讯研究导刊，2020（11）：116-117.
[3] 饶琦 . 解读传媒业态变化对资讯编辑工作的影响 [J]. 资讯研究导刊，2020（4）：123-124.
[4] 罗玲，商丽娜，张海燕，张春丽，宋晓林 . 中国地学科技期刊应用互联网、新媒体技术的现状，效果及问题 [J]. 中国科技期刊研究，2020（3）：288-294.
[5] 丁明毅 . 网络新媒体对传统新闻媒体的冲击探析 [J]. 传播力研究，2020（3）：184-185.
[6] 马捷，张世良，葛岩，赵天缘 . 新媒体环境下政务信息交互行为影响因素研究 [J]. 情报资料工作，2020（1）：24-31.
[7] 葛秀香 . 新媒体环境对电视节目制作与传播的影响探究 [J]. 中国传媒科技，2020（4）：42-43.

作者简介：强艳丽（1979-），女，安徽亳州，编辑，研究方向：电视编辑。

（责任编辑：胡杨）